

第3章

国際会議誘致の方法 【実践編】

本章のねらい

誘致対象とする国際会議を選定したら、いよいよ具体的な誘致活動に入る。

まず、誘致対象となる国際会議は、どのように開催地を決定するのか、そのプロセスを知ることが必要となる。そして、決定方法に応じた誘致活動・支援活動を実践する。

第3ステップ

開催地決定のプロセスを把握

どのように開催地は決定されるのか、開催地決定のプロセスを知る

第4ステップ

誘致活動

〈1〉 競合国がある場合の誘致活動

日本の「強み」と「弱み」を知る

競合となる国・都市の特徴を知る

誘致主体(国内主催者等)の意向を確認し、誘致のポイントを整理する

誘致活動・支援活動の展開

開催提案書(ビッドペーパー)の作成

誘致における官と民の協力体制

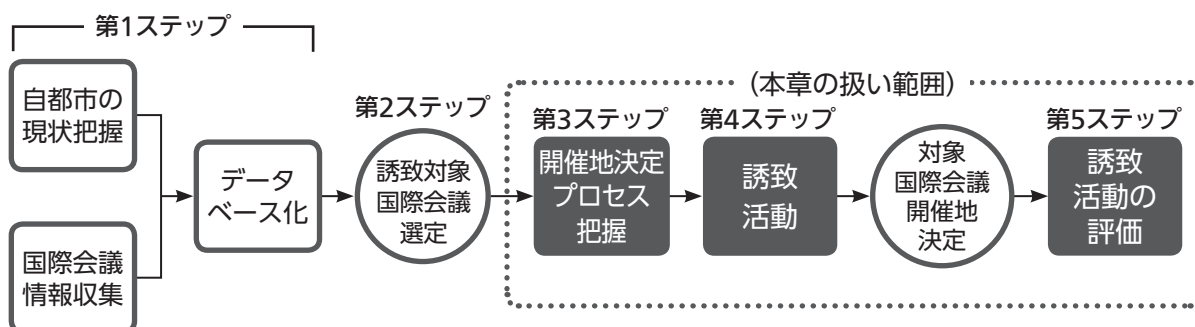
〈2〉 日本開催が決定している場合の誘致活動

第5ステップ

誘致活動の評価

誘致に成功した場合

誘致に失敗した場合



第3ステップ 開催地決定のプロセスを把握

誘致しようとする国際会議が具体的にになってきたら、その国際会議の開催地がどのように決定されるのかという「開催地決定のプロセス」を把握することから、誘致活動を始める。国際会議開催地を決めるための手続きや手順を、国際会議を主催する団体や学会がどのように決めているのか、そして、それらが実際にどのように運用されているかを知ることが大切である。

これらの情報を入手するためには、日本国内のキーパーソンへコンタクトして詳しい情報をヒアリングする、国際会議主催団体のウェブサイトなどに掲載されている規約や規定、各種ガイドラインを入手するなどの方法がある。

(1) 開催地決定の方法

国際会議の開催地決定の方法は、主催者や会議の種類によって異なる。

競合国がある場合、日本の開催（候補）地は、誘致主体（国内主催者等）があらかじめ指名もしくはコンペ等で決めて、国際的な誘致競争にのぞむのが一般的である。

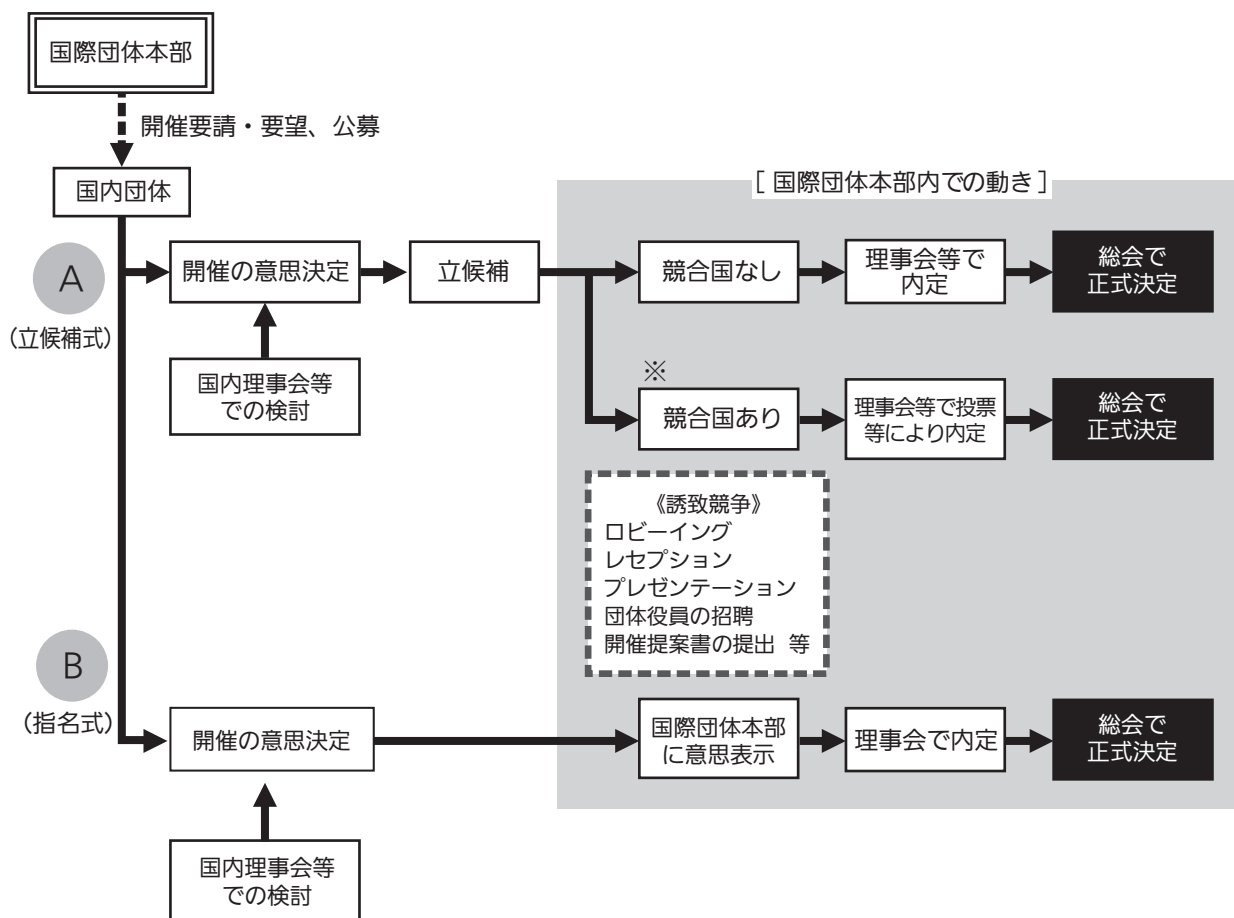
また、日本開催決定後に開催都市を決めることがある。この場合は、競合国がなく、国内都市が競争相手になる。

〔表3-1 国際会議の開催地決定方法〕

| 主催者 | 誘致主体 | 開催地決定方法 |
|------------|-------------------|---------------------------------------|
| 官公庁 | 地方自治体 地元誘致協議会等 | 政府間調整で日本国に決定後、国内都市間で誘致競争 |
| 公的国際機関 | 国、地方自治体等 | 国際本部の指名（要請）、話し合い（調整）、もしくは立候補による国際間競争※ |
| 学会（国際本部） | 国内学術団体（学会） | |
| 業界団体（国際本部） | 国内業界団体 | |

※会議を主催する国際団体などで、理事等に日本人が就任しているか、あるいは日本の関係機関がその組織の中でどの程度影響力を持つか、把握しておくことが重要である。

[図3-1 一般的な学会・業界団体が開催する国際会議の開催地決定フロー]



※競合国がある場合、開催地決定にあたっては、以下のような方法がとられる。

- 理事会等の場で投票を行い、開催地を決定する。

誘致に立候補した主催者候補によるプレゼンテーションが行われる場合もある。

- 関係者間の話し合いで開催地を決定する。

理事会などで候補地や開催時期を調整し、決定する。

(例) ある候補都市でまず開催し、他の候補都市で次回を開催するなどを取り決める。

(2) 開催地決定プロセスにおける重要ポイント

開催地決定のプロセスを把握するうえで重要なポイントをいくつか挙げる。これらのポイントについて、誘致活動の早い段階で、できるだけ情報を集めておきたい。

- ・ 決定の方法

開催地持ち回り、立候補(方法、手続き等)

- ・ 決定時期

いつ開催地を決定するのか。

たとえば、3年ごとの会議であれば、前々回にあたる2大会前の6年前に立候補を締め切り、開催地を決定する場合が一般的である。毎年開催される会議では、数年先の会議開催地を決定することが多い。

- ・ 決定の場

開催地選定委員会、理事会、総会等の場があるが、どの場で決定するのか。

- ・ 決定権の所在

その国際会議のルールではどうなっているのか、実情はどうなのか。

通常は、理事会等で投票により開催地を決定するケースが多い。しかし、国際団体の会長が決定権を持っている場合、その団体の実力者である理事や財務担当者の発言権が強い場合など、さまざまなケースがある。

- ・ 開催提案書（ビッドペーパー）作成の有無と提出期日

開催提案書の作成ガイドラインには、記入すべき項目、提出スケジュール(期日)、立候補する都市に期待されているポイントなどが記載されているので、必ず入手すること。

- ・ 競合の有無

国際会議誘致に乗り出している他の競合国・地域がある場合には、国同士あるいは地域同士の誘致競争になる。競合の有無と、どこが競合相手になるのかを把握する。

- ・ 日本の誘致主体（国内主催者等）

日本の誘致主体(国内主催者等)の位置づけを把握する。国際団体・学会加盟の日本の協会や学会が組織として誘致するのか、あるいは、有志による個人の集まりで任意の委員会を作り誘致しようとしているのかなどを、把握しておいたほうがよい。

第4ステップ〈1〉 競合国がある場合の誘致活動

国際会議を誘致するにあたり、競合国がある場合には、会議を主催する国際団体に対して、自らの都市・地域の魅力をアピールするだけでなく、日本で開催すること自体のメリットを打ち出すことが必要となる。日本国内の誘致主体（国内主催者等）と誘致活動の進め方・展開方法を、よく相談しなければならない。

すでに日本開催が決定している国際会議の誘致活動については100ページにて述べる。

(1) 日本の「強み」と「弱み」を知る

国際会議を誘致するうえでの日本の強みと弱みを理解し、開催提案書を作成する際、地域のアピールがその補完作用や相乗効果を発揮するよう、準備する必要がある。

① 日本の SWOT 分析

以下、表3-2に国際会議誘致における日本のSWOT分析を示す。

〔表3-2 国際会議誘致における日本のSWOT分析〕

| Strengths 「強み」 | Weaknesses 「弱み」 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">●産業、学術分野における蓄積、基盤、先進性<ul style="list-style-type: none">・各分野でのリーダーシップが取れる。・先進的な施設、研究機関が多く存在。・関連分野の裾野が広くさまざまな企業があり、事業機会が多い。●セキュリティおよびサービス水準の高さ<ul style="list-style-type: none">・治安が良く、警備水準が高い。・衛生面での信頼性が高い。・食事や提供品の品質への信頼性が高い。・時間に正確である。・教育水準が高い。・ホスピタリティ、サービスの水準が高い。・国内交通網が発達している。●文化・観光の魅力<ul style="list-style-type: none">・自然景観や四季の魅力。（桜、紅葉、富士山、雪等）・ユニークな文化や歴史、伝統芸能等。（神社仏閣、舞妓、和食、温泉等）・日本食や文化等、ソフトパワーへの人気が高い。（アニメ、ファッション等） | <ul style="list-style-type: none">●地理的な障壁、「遠い」というイメージ<ul style="list-style-type: none">・「極東の国」というイメージがある。・航空券等の交通費が高いと思われる。●言語の障壁<ul style="list-style-type: none">・日本では英語が通じないと思われる。・特に地方都市では、会場、飲食施設、交通機関等、語学対応への課題は大きい。・外国語の案内表示が少ない。●「物価が高い」というイメージ<ul style="list-style-type: none">・円高時にはそのイメージがさらに強くなる。 |

| Opportunities 「機会」 | Threats 「脅威」 |
|--|---|
| <p>●「アジア」地域の地位向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欧米に集中しがちだった国際会議の開催件数が、アジアで急速に伸びている。 ・アジア各国の経済成長に伴い、各産業のコンベンションニーズが拡大している。 ・科学技術や産業分野等、アジアの中で日本は先進性を発揮できる。 <p>●欧米やアジアでの日本ブーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本の食文化や生活様式（健康志向）に対する関心が世界的に高まっている。 ・地球環境問題の中で、日本の省エネ等、先進技術に対する注目が高まっている。 <p>●各種プロモーション事業展開によるコンベンション開催国としての日本の認知度向上</p> | <p>●アジア、太平洋地域等近隣諸国の台頭</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シンガポールや韓国等の国際会議誘致に向けた強力なプロモーション。 ・競合国が多額の資金負担の提案を行うケースもある。 ・アジア各国の会議場や宿泊施設の増設、更新。 ・アジア各国のハブ空港をめざしたインフラ整備。 <p>●国際組織のアジア支部誘致活動の動向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シンガポールや香港等が、国際団体、国際企業のアジア地域本部を積極的に誘致。 <p>●価格差の障壁</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アフリカやアジアの一部の国では、日本との価格差は引き続き大きい。 |

○内部環境要因：Strengths「強み」・Weaknesses「弱み」

日本の特性に起因する、国際会議に関連する要因

○外部環境要因：Opportunities「機会」・Threats「脅威」

日本を取り巻く世界の環境、市場、とくに誘致の際、競合国との比較

② 自都市の「強み」と「弱み」を知る

第2章の第1ステップで行った自都市の現状把握をもとに、まず、自都市の「強み」と「弱み」を知ることから始める。次に、競合する都市との比較・分析を行う。

「都市・地域チェックシート」を用いた評価結果に対してどのように対処するかは、その都市・地域の財政状況や誘致しようとする国際会議の条件等により、さまざまな判断が可能である。基本的には、強みと考えられる部分は積極的にアピールするとともに、さらに競争力を高めるために、引き続き強化・育成を図ることとなる。

一方、弱みと考えられる部分については、「競争に負けない」魅力を整備することが必要であるし、あるいは、その部分には焦点が当たらないよう、誘致活動を工夫するという手段もある。これらの強みや弱みの扱いについては、その国際会議を巡る競合の状況により、戦略的に対応することが求められる。

(例) 競合する都市が強い優位性を備えているとき

(大都市である、国際空港があり海外からの交通アクセスが良い、等)

→ 対抗するために、自都市・地域の「別の魅力」を打ち出し、異なる観点から競争を行う。あるいは、不足分を補う工夫が必要となる。

(都市の大きさがコンパクトなため、参加者の市内移動が容易。国際空港から国内線への乗り継ぎとなる最寄りの空港に会議参加者用送迎バスを用意するなど)

■ 連動性を持たせた企画・プランニング

国際会議の参加者にとって、開催国および開催都市・地域を訪れて会議に参加したことが思い出深い体験・経験となるよう、地域の持つ観光資源とその地域ならではの「ユニークベニュー」(神社仏閣、博物館、日本庭園等)や「ユニークプログラム」(伝統芸能の鑑賞等)を一連のものとして考える。たとえば、伝統芸能などのプログラムを神社仏閣や日本庭園で企画し、レセプションや同伴者プログラムの会場として利用できる等を、関係者と調整する。そして、誘致活動のなかに企画として盛り込むとよい。

■ 優先順位

自都市の強みや弱みへの対応について優先順位を検討し、取り組みやすいもの・難易度の低いものから着手することが考えられる。確実に達成していくことで、関係する組織や諸機関のコミュニケーションが円滑になり、一体感も高まって、さらに難しい課題に積極的に取り組んでいくことが可能になる。

■ 競合都市との比較

いくつかの都市が競合する場合は、有力候補地や競合都市に対して、自都市・地域の何が優位となるのか、または改善すべき課題となるのか、比較・分析を行う。この比較・分析を通して、自都市の優位性を示すことができ、アピールできる項目を見つきたい。

この過程で、自らの都市・地域の力を競合都市と比較検討するため、海外都市の情報を集めることが必要となるが、入手はなかなか難しく、想定でしか評価できないケースも多い。日本政府観光局(JNTO)に相談する等、できる限り情報収集に努めたい。

(2) 競合となる国・都市の特徴を知る

海外各都市の特徴—国際会議が開催される都市として

国際会議の誘致活動を行う際には、具体的な競合国や競合都市を把握し、勝つための作戦をたてる必要がある。ここでは、国際会議が開催される都市という観点から、世界の各地域および主要都市の特徴をまとめた。

〔表3-3 海外都市の特徴〕

| 地域・都市名 | 国際会議マーケットとしての特徴 |
|--------|---|
| ヨーロッパ | <ul style="list-style-type: none"> ●古くからの産業・商業の中心地は見本市の開催地として長い歴史があり、その地域と深く結びついている。 ●国際機関の半数以上が、本拠地をヨーロッパに置いていることから、関連する国際会議の開催も多い。また、欧州域内の国際会議も多い。 ●主要都市間は、航空網だけではなく鉄道網、道路網で結ばれているため、ヨーロッパの参加者が多い国際会議では、他の地域よりも交通利便性が高く、集客しやすいメリットがある。 |
| パリ | <ul style="list-style-type: none"> ●UNESCO(国連教育科学文化機関)やOECD(経済協力開発機構)等、国際機関の本部が多数立地する。 ●世界の芸術・文化の中心地として国際会議開催件数が多く、ICCA統計(2012年)による開催件数は世界2位。 ●世界中の主要都市からの直行便乗り入れ等、全世界からのアクセスに優れている。 |
| ウィーン | <ul style="list-style-type: none"> ●IAEA(国際原子力機関)、UNIDO(国連工業開発機関)、OPEC(石油輸出国機構)、OSCE(欧州安全保障協力機構)等、エネルギー・安全保障分野での国際機関の本部が多く立地するため関連の国際会議が多く、ICCA統計(2012年)による開催件数は世界第1位。 ●音楽・芸術の都として関連する国際会議も多く、ネームバリューも大きい。 |
| ジュネーブ | <ul style="list-style-type: none"> ●WHO(世界保健機関)、WTO(世界貿易機関)、ILO(国際労働機関)、WIPO(世界知的財産権機関)、ITU(国際電気通信連合)等、国連の専門機関が集中し、関連会合を多数開催している。 ●スイス国内では他に、首都ベルンにUPU(万国郵便連合)の本部、バーゼルにBIS(国際決済銀行)の本部がある。 <p>また、ジュネーブに本部を置く国際的非営利団体であるWEF(世界経済フォーラム)の年次総会は、リゾート地のダボスで開催され、「ダボス会議」として知られている。</p> |
| ロンドン | <ul style="list-style-type: none"> ●シティは世界の金融センターとしての歴史があり、また、世界最大の再保険会社ロイズの存在など、伝統的に金融・保険分野を中心とした関連会合が多い。 ●IMO(国際海事機関)やIWA(国際水協会)の本部があり、海運分野や水環境分野での関連会議の開催が多い。 ●世界の主要都市からの直行便乗り入れが多いことから空港での乗降数も多く、欧州最大のゲートウェイ都市となっている。 ●世界の上位大学の研究実績の中で、英国はトップレベルにある。 |

| | | |
|-----------|---------|---|
| | ブリュッセル | <ul style="list-style-type: none"> ●EU（欧州連合）の政策執行機関である欧州委員会の拠点であり、かつ世界で最も国際本部が集積する都市であり、欧州における重要な国際会議の舞台となる機会が多い。 ●NATO（北大西洋条約機構）、WEU（西欧同盟）およびUIA（国際団体連合）の本部も立地している。 ●ロンドン、パリと国際高速列車「ユーロスター」で結ばれているため、欧州内での交通利便性が高い。 |
| 北米 | | <ul style="list-style-type: none"> ●世界の政治・経済・金融の中心で、国際機関の本部も集中している。 ●コンベンション施設は、大型見本市を開催するための展示場を主体に設計されている。 ●米国内の学会や団体の総会に、海外からも多数が参加し、国際会議開催件数が多い。 |
| | ワシントンDC | <ul style="list-style-type: none"> ●IMF（国際通貨基金）、IBRD（国際復興開発銀行 通称世界銀行）の本部があり、国際金融に関する会合および米国政府主催の会議開催が多い。 |
| | ニューヨーク | <ul style="list-style-type: none"> ●国際連合本部等、国連の関連機関も多数立地していることから、国連関係の会合が数多く開催される。 ●世界経済の中心地であり、国際金融・経済に関する会議も多い。 ●世界中の主要都市からの直行便が乗り入れ、全世界からのアクセスがよい。 |
| | モントリオール | <ul style="list-style-type: none"> ●ICCA統計（2012年）による開催件数は北米最多。 ●IATA（国際航空運送協会）の本部があり、航空、工業関係の国際会議が開催される。 |
| アジア・オセアニア | | <ul style="list-style-type: none"> ●近年の経済発展に伴い、国際会議の開催件数が最も伸びている地域。 ●学会本部や団体本部の所在地は欧米が中心のため、アジア・オセアニアでの開催が少なく、地域内にて激しい誘致競争が繰り広げられている。 ●国際会議の誘致を、国や都市の政策として取り組んでいる都市が目立つ。 ●企業のインセンティブ会合やアジア地域内の国際会議開催が増加している。 |
| | シンガポール | <ul style="list-style-type: none"> ●ハブ空港「チャンギ国際空港」の利便性と国を挙げた誘致活動が奏功し、ICCA統計（2012年）による国別開催件数は世界6位、アジア・太平洋地域1位と世界トップレベル。 ●2010年に、シンガポール政府が観光誘致を目的として設立した統合型リゾート「マリーナベイスンズ」が完成したことにより、同年以降より国際会議件数も大きく増加。 ●公用語が英語であることも、国際会議誘致には大きなメリット。 ●金融、バイオ・医療、環境・水、IT等の分野を国の重点産業と位置付け、同分野の国際会議・展示会を積極的に誘致。 |
| | 上海 | <ul style="list-style-type: none"> ●大規模コンベンション施設（上海国際会議中心、上海新国際博覧中心等）の建設や、2001年のWTOの加盟により、国際会議開催件数が伸び、ICCA統計（2012年）による都市別開催件数はアジア・太平洋地域10位。 ●世界の中でも海外からの直接投資が多い都市で、中国経済の中心。 |
| | ソウル | <ul style="list-style-type: none"> ●国家政策としてコンベンション施設を増やし、誘致に力を入れている。英語教育や独自の資格制度による人材育成に注力するなど国際会議の受け入れ体制を強化しており、ICCA統計（2012年）による都市別開催件数は、アジア・太平洋地域4位。 |

| | |
|----------|--|
| メルボルン | <ul style="list-style-type: none"> ●各学術分野の著名な研究者をアンバサダーとして任命し、メルボルンのPR及び国際会議の誘致活動を委嘱する「Club Melbourne」を実施しており、アンバサダープログラムの先駆者。ICCA統計（2012年）による都市別開催件数は、アジア・太平洋地域4位。 ●国際会議及びインセンティブ旅行の国際的な見本市であるAIMEをホストしており、海外の幅広いミーティング・インセンティブプランナーとネットワークを構築。 |
| シドニー | <ul style="list-style-type: none"> ●美しい景観や温暖な気候、オペラハウス等の観光資源を活用し多くの国際会議やイベントを誘致してきた実績があり、ICCA統計（2012年）による都市別開催件数は、アジア・太平洋地域6位。 ●ダーリングハーバーの再開発プロジェクトにより、2016年末までにシドニー・コンベンション・エキシビション&エンターテイメント地区の中で、新規にシドニー国際会議場を建設予定。 |
| クアラルンプール | <ul style="list-style-type: none"> ●2009年にマレーシア政府がMICE推進機関であるMyCEB（マレーシア・コンベンション&エキシビション・ビューロー）を設立したことに伴い、マレーシアの中心として国際会議開催件数を伸ばしており、ICCA統計（2012年）による都市別開催件数は、アジア・太平洋地域8位。 |
| バンコク | <ul style="list-style-type: none"> ●アジア・太平洋地域の中では東京に次いで国際機関の所在数が多いことから、関連の国際会議も多く、ICCA統計（2012年）による都市別開催件数は、世界16位、アジア・太平洋地域3位とアジアの中でトップクラス。 ●アジア有数の観光リゾートとして人気のデスティネーションであり知名度も高い。 |
| 台北 | <ul style="list-style-type: none"> ●台湾政府が強力に推し進めるマーケティングプラン「Meet Taiwan」キャンペーンが2012年のICCA Best Marketing Awardを受賞する等、近年マーケティングに力を入れている。同キャンペーンの効果もあり開催件数を伸ばしており、ICCA統計（2012年）による都市別開催件数は、アジア・太平洋地域7位。 |
| ニューデリー | <ul style="list-style-type: none"> ●インドの政治・経済の中心。アジア・太平洋地域の中で、東京、バンコクに次いで国際機関が多く、ICCA統計（2012年）による都市別開催件数は、アジア・太平洋地域13位。 |
| その他 | <ul style="list-style-type: none"> ●近年、急激な経済発展に伴うインフラの整備や知名度の向上により、国際会議の開催件数を伸ばしている都市。 ●各国際本部は中東、アフリカ、南米の各地域において会員の増加を図ろうとしており、今後も開催件数の増加が見込まれる。 |
| ブエノスアイレス | <ul style="list-style-type: none"> ●南北アメリカの中で最も国際会議開催件数が多い都市。気温が温暖で快適であることに加えて、南米の中で最も美しい都市とされ、南米における「パリ」と例えられており人気が高い。 |
| リオデジャネイロ | <ul style="list-style-type: none"> ●南北アメリカの中で2番目に国際会議開催件数が多い都市。2014年のワールドカップ、2016年のオリンピック・パラリンピックの開催に伴いブラジルが注目される中で、サンパウロとともにブラジルを牽引する2大都市の1つとなっている。 |
| ドバイ | <ul style="list-style-type: none"> ●ドバイが経済戦略上重要視している「医療・ヘルスケア」、「IT」、「金融」等の分野を中心に、学協会の国際本部または地域本部誘致を促進するためのフリーゾーンを設置し特典を付与。国際本部や地域本部の誘致によって、国際会議開催件数の増加を図るねらい。 ●中東、インド地域の拠点となる都市としてアクセスも良い。 |
| ケープタウン | <ul style="list-style-type: none"> ●アフリカ地域で最も会議件数が多い都市。世界的にも有名なテーブルマウンテンや喜望峰があり知名度が高いことに加えて、公用語が英語であることも国際会議誘致においてメリット。 |

コンベンション・アライアンス

① Future Convention Cities Alliance

ソウル、ロンドン、アブダビ、ダーバン、サンフランシスコなど、7都市からなるアライアンス。情報共有、共同リサーチ、ベストプラクティスの共有を通じて、プロモーション活動を行う。

② Global Science & Convention Alliance

トゥールーズ(フランス)、テジョン(韓国)、ハイデラバード(インド)およびアデレード(豪)の4都市によるアライアンスで、2011年に発足。イノベーション開発、研究、ハイテク産業、リサーチに特化した活動を行う。

③ Best City Global Alliance

この種の共同体としては、2000年に発足した最も歴史の古いアライアンス。1990年代に、当時のコンベンションビューロー間のサービスレベルのギャップ解消、顧客へのサービス基準の制定のために、スタートした。加盟都市はエジンバラ、コペンハーゲン、バンクーバー、シンガポール、ヒューストン、ケープタウン、ベルリンなどの10都市で、今後は東京を含む15都市への拡大を予定している。マーケティングオフィスの本部はマレーシア。活動内容は、他都市のビッドへの協力、ウェブサイトのフォーマットの共通化、他都市への新規事業ノウハウやマニュアルの提供など。

④ Energy City Alliance

石油、鉱物などのエネルギー資源に恵まれているという共通項を持つ都市によるアライアンス。加盟都市はパース、カルガリー、アブダビ、アバディーン(スコットランド)等。

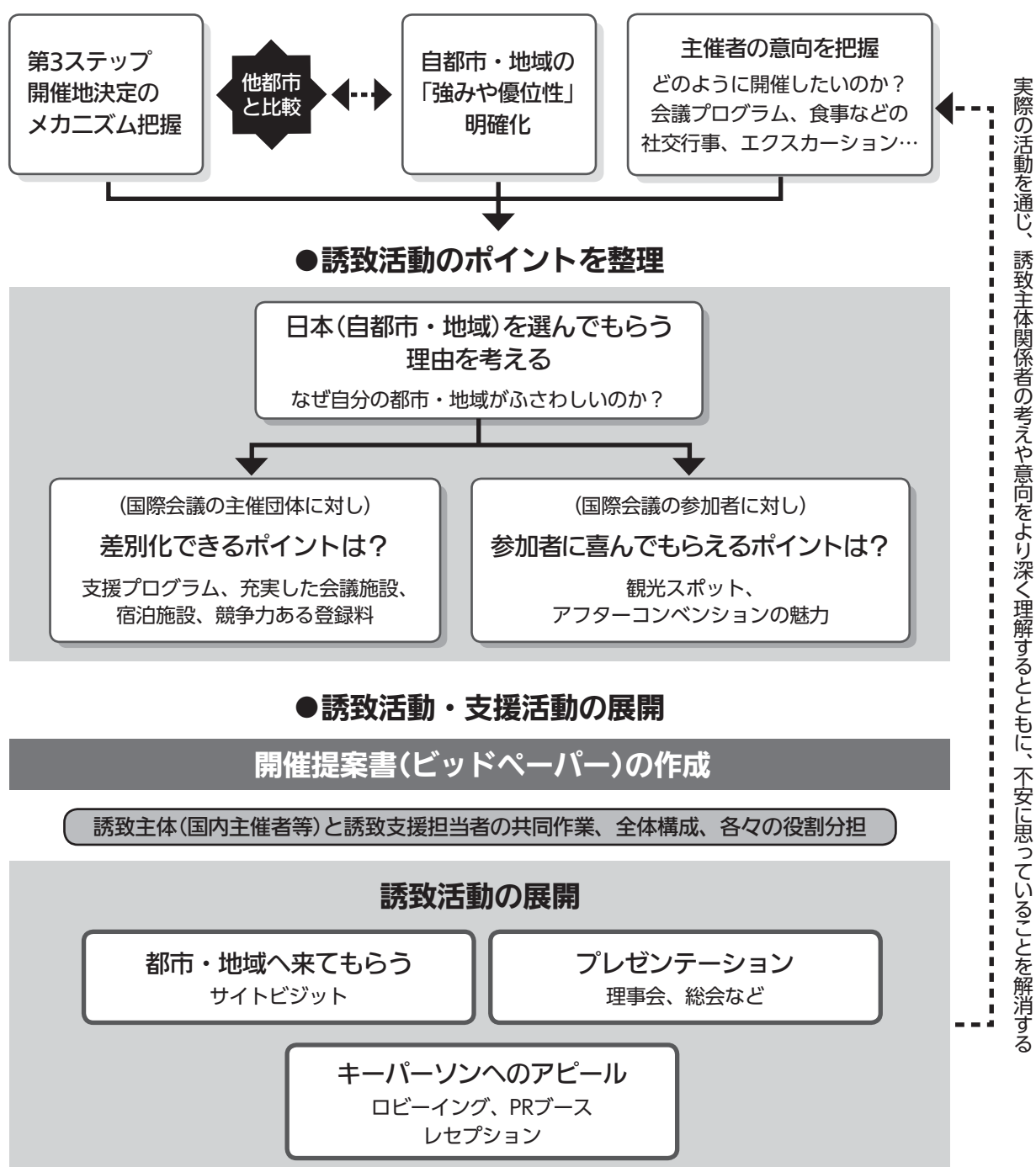
⑤ Power Cities Alliance

- ・欧州と米国の政治の拠点であるブリュッセルとワシントンDCが2011年に締結したアライアンス。マーケティングやプロモーション手法等の情報を共有し、相互に活動の支援を行う。

(3) 誘致主体(国内主催者等)の意向を確認し、誘致活動のポイント を整理する

各都市・地域の誘致支援担当者は、日本および自都市・地域と競合する国・地域において、それぞれどのような強みや優位点、あるいは明らかな特徴があるかなどを把握したうえで、誘致主体(国内主催者等)の意向を確認し、どのように誘致活動を進めていくかを検討することが大切である。

[図3-2 誘致活動のポイント整理から誘致活動・支援活動の展開まで]



まず、誘致主体（国内主催者等）が、何を重視して国際会議を開催したいのか、具体的な意向を把握する。たとえば、以下のようなことが考えられる。

- ・ 会議の規模に見合った施設を確保したい
- ・ 国内大会と合同開催したい
- ・ 開催費用を安価に抑えたい
- ・ 開催支援プログラムによる財政支援を受けたい
- ・ 同伴者プログラムやエクスカージョンを充実させたい

これらをふまえたうえで、誘致主体（国内主催者等）が開催地に何を期待しているのかを確認する。一般的には、次のような要望があると想定できる。

- ・ 開催提案書の作成を手伝ってほしい、あるいは、代行してほしい（一部または全部）
- ・ 各種の情報を提供してほしい（ホテル・旅館のリスト、同伴者プログラム案など）
- ・ 地方公共団体（県や市）首長名の招請状を取得してほしい
- ・ 会場やホテルを予約してほしい
- ・ 誘致や会議開催に必要な資金を援助する制度を紹介してほしい
- ・ 誘致活動全般をサポートしてほしい、相談にのってほしい

これらのさまざまな要望に応え、誘致支援のポイントを整理する必要がある。

① 情報の聞き取りとスケジュールの確認

開催提案書の作成有無、提出先、提出期限、誘致決定のプロセス、どこで開催が決定されるのか（総会、理事会等）、プレゼンテーションの機会があるのか等、具体的に確認する。入手すべき国際会議の情報については、チェックシートを資料-3に載せたので活用してほしい。

また、この時には、誘致主体（国内主催者等）が何を重視して国際会議を開催したいのかをできるだけヒアリングする。例として、ウェルカムレセプションを特別な場所（お城や日本庭園など）で開催したい、エクスカージョンで連れていきたい場所などがある。

② 支援内容の提示

誘致主体（国内主催者等）の関係者で国際会議を誘致しようとする人々のなかには、初めて立候補するケースも多く、誘致活動に不慣れで不安に思っている場合がある。このような場合に、コンベンションビューローをはじめとする誘致支援担当者は、経験に基づいたさまざまなアドバイスを提供することが求められる。こうした情報提供などにより関係者の不安を解消するのも、業務の一環である。

たとえば、以下のような支援が可能であることを説明し、誘致主体（国内主催者等）のニーズに応じてその誘致活動をサポートすることを説明する。

- a) 立候補検討・決定の段階での支援
- b) 開催提案書（ビッドペーパー）の作成協力と招請状
- c) サイトビジットに対する協力
- d) プレゼンテーション実施の協力と支援
- e) 誘致ブース設置の支援
- f) ジャパンナイト（レセプション）開催の協力
- g) ロビーイング活動の支援

これらの活動内容については、次の「(4) 誘致活動・支援活動の展開」で説明する。

国際会議を誘致しようとする国内団体や個人は、誘致が成功し、その会議が日本で開催される場合には、会議の国内主催団体になったり、組織委員会の会長や事務局長に就任したりする可能性が非常に高い。そのため、誘致活動の進め方やスケジュールの立案にあたっては、これらの人々の意向を把握しておく必要がある。なお、一人のキーパーソンがすべての情報や答えを持っているとは限らないので、できるだけ複数の関係者にあたるようにする。

このようなキーパーソンについて、国内・国際を問わず学会や団体での役職、過去の会議開催実績（国内・国外を問わず）を調べておくといよい。この方たちは、自ら会議（国内・国際を問わず）を主催するだけでなく、有力情報が集まりやすい地位にあることが多い。別のキーパーソンを紹介してくれたり、今回の会議だけでなく、別の会議を紹介してくれる可能性もある。自分の地域にどのようなキーパーソンがいるのかを把握したい。

Column “Ready to Host” — 韓国の誘致活動 —

ある国際会議の誘致活動の際、各国がそれぞれ1ブースを使って誘致活動を展開するなか、韓国は2ブースを使って積極的にPRに努めていた。展示や看板、バナーに“Ready to Host”の文字を大々的に掲げ、ノボリを使って場内を渡り歩くなど熱心な活動が目立った。

ブースでは、国内学会会長の令嬢自ら、民族衣装・チマチョゴリをまわって盛んにPRし、また、その横のプラズマディスプレイでは、人気番組を流してPR手段として活用するなど、韓国の存在をアピールしていた。

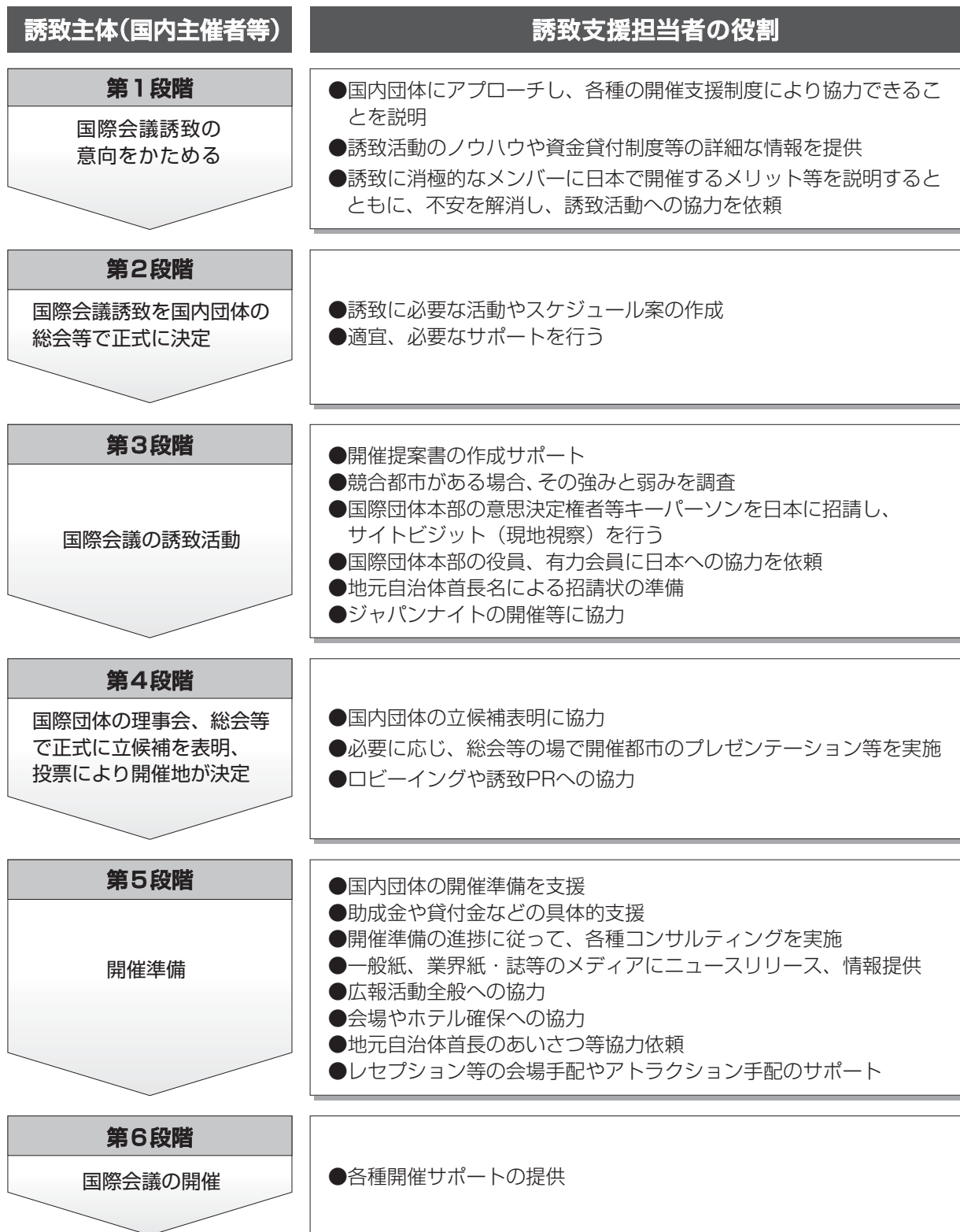


[図3-3 国際会議誘致のタイムテーブル(例)]

国際会議の開催地は、通常選定対象とする会議の2回前の会議で決定されることが多い。そのため、3年周期で開催されている国際会議の誘致を行う場合、以下の例のように、7～8年前というかなり早い段階からの取り組みが必要となってくる。

| 年 | 誘致主体(国内主催者等) | 誘致支援機関・団体 | |
|-------|--|---|------------------------------|
| 2009年 | ●国内関係機関の調整、誘致の意思統一 競合状況の把握 | ●誘致支援体制の整備 競合状況についての情報収集 | |
| 2010年 | ●キーパーソンへのロビーイング(根回し) アジアの地域会議などを主催、国際的な 実績を作る。 | ●国際団体本部からのサイトビジットの受け 入れ ●開催提案書の作成(主催者と支援担当者 の共同作業) | |
| 2011年 | ●開催提案書の提出 ●プレゼンテーション | ●プレゼンテーションの支援 | |
| | ●前々回の会議 ※開催地決定 | | |
| 2012年 | | 【誘致成功の場合】 | 【失敗の場合】 |
| | | 開催に向けた 準備、組織作り | 再度立候補す るのか。 |
| 2013年 | | | 再度立候補す る場合、すぐに 準備にかかる。 |
| 2014年 | | 前回会議でのPR | 敗因分析と勝 つための方策 づくり |
| | 前回の会議 | | |
| 2015年 | | 会議準備の本格化 | |
| 2016年 | | | |
| 2017年 | 国際会議の開催 | | |

[図3-4 国際会議誘致から開催までの流れと誘致支援担当者の役割]



(4) 誘致活動・支援活動の展開

誘致支援担当者が行う主な誘致活動および支援活動は、具体的には以下のような項目となる。このうち、「(c) 開催提案書(ビッドペーパー)の作成協力と招請状」については、「(5) 開催提案書(ビッドペーパー)の作成」にて詳述する。

重要なことは、常に誘致主体(国内主催者等)と連携して活動することである。

(a) 立候補検討・決定の段階での支援

国際会議の開催地として立候補する場合は、まず、国内団体の理事会等で、立候補を検討・決定する。誘致主体(国内主催者等)が、組織として誘致することを機関決定しておくことは、後々の誘致活動の展開において、大変重要な意味を持つてくる。

ときには、国内団体に立候補を働きかけることも、コンベンションビューローの有効な活動である。立候補に消極的な会員がいる時には、誘致支援担当者が国際会議開催の意義・効果を説明するとともに不安を解消し、立候補に賛同してもらうところまでを行うケースもあるが、日本ではまだ稀なケースである。

実際に説明の機会を与えられなくとも、国際会議開催の意義や効果を書面にして、関係者に提供することは多い。これらの文書を整えておくことは、誘致が成功した際、寄付金募集等のための資料である「募金趣意書」の作成にも役立つ。(募金趣意書については、「資料-4 募金趣意書(例)」を参照)

(b) 誘致活動を支援する体制の整備

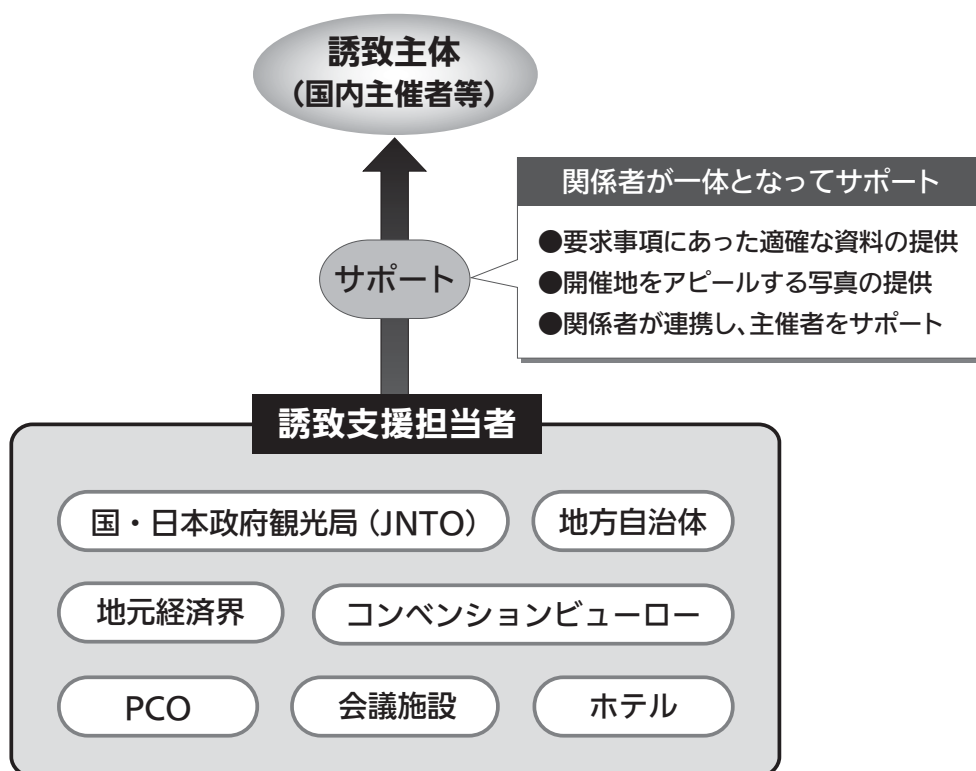
国際会議を誘致するための具体的な支援体制を作る。このためには、誘致主体(国内主催者等)だけでなく、できるだけ国や地方自治体を巻き込み、日本および該当都市・地域での国際会議開催を歓迎する姿勢をアピールすることが重要である。

そのためには、国・日本政府観光局(JNTO)、地方自治体、地元経済界、コンベンションビューロー、会議施設、PCO、ホテル等、関係者が一体となった誘致支援体制を組むことがポイントとなる。(「図3-5 誘致活動の支援体制」参照)

(c) 開催提案書(ビッドペーパー)の作成協力と招請状

立候補が決定すると、国際団体本部に誘致意思の表明として、「開催提案書」を提出する。開催提案書の作成については、「(5) 開催提案書(ビッドペーパー)の作成」で詳述する。

〔図3-5 誘致活動の支援体制〕



(d) サイトビジットに対する協力

国際会議の誘致過程で関係者による会場下見（サイトビジット）が行われる。

次期開催地を決定するのは、国際団体の会長、事務局長、そのほか発言力のある理事が主である。国内の関係団体と密接に連携し、誰が提案権、決定権を持っているかを調査することが第一歩である。

キーパーソンが判明した段階で立候補地へ招待し、関連施設や観光地の視察時や夕食会等で、競合国・都市の動きや開催地決定方法の詳細等をヒアリングする。あわせて、日本および立候補地への支援を依頼する。これは、誘致活動としては最も効果的な手法である。希望があれば配偶者同伴で招待することも効果的であり、日本のホスピタリティの質の高さを印象づける絶好の機会となる。

キーパーソンの招請にあたっては、国や日本政府観光局（JNTO）が提供しているプログラムがあるので、ぜひ活用するとよい。それぞれのプログラム内容については、「資料-5 キーパーソン招請プログラム」を参照されたい。

国際会議等で、日本に関心のある団体のキーパーソンを先行投資として招請することがある。「百聞は一見にしかず」の効果は小さくない。この場合、国内に対応する

団体がある場合には、その代表者を夕食会、レセプション等に招いて、懇談する場をもつことが重要である。

また、国内の学術集会のゲストとして、海外のキーパーソンを招請することも多い。その際に会議施設の視察や周辺地域のツアーを行うとよい。

キーパーソンの招請においては、次期開催地の決定方法、競合国・地域の活動状況等に関する詳細な情報を入手することを主眼におき、「いつ、どこで、誰が、どのような方法で決定するのか」、「競合国・地域の活動状況はどうか」といった情報を収集し、勝つために自分たちはどうすればよいかを探る。

■ サイトビジット時の注意事項

サイトビジットは、国際団体の会長や事務局長、会場選定委員会の委員長や担当役員など、重要な立場についている方が来日されるケースが多く、これらの方々に、どのようにしてよい印象を持って帰っていただくかを工夫することがポイントである。

このサイトビジットに対応する担当者（コンベンションビューロー、会議施設、PCO、ホテル等）は、通訳を介さず自ら英語等で応対できることが望ましい。

プログラムや日程の事前打ち合わせ

ホスト役となる日本側の関係者（国内団体の会長や事務局長、国際担当理事などの役職をしている方々）と日程やプログラムの打ち合わせを充分に行う。

打ち合わせにおいて、それぞれの場面での責任者と進め方・役割分担を決めておく。

知事や市長等との面会は、開催都市の熱意を理解していただくためにも効果的である。

練習とリハーサルは念入りに

会場紹介などのプレゼンテーションを行う場合は、早めにスライドや原稿の準備にとりかかる。英語でのプレゼンテーションとなるため、発表担当者は練習を行い、予定時間内に終わるようリハーサルを入念に行う。

会場等の視察順序をあらかじめ決めておき、所要時間の計測やポイントとなる見せ場の確認を行う。

質疑応答に備える

会議の特徴を担当者がよく把握しておく。質問や要求事項があった場合にどう答えるのか、誰が答えるのかを主催者と相談し、準備する。

会場を見ていただく際には、技術的な質問にも対応できるよう、担当者を配置し、資料を準備する。

例) 韓国の釜山市が、ある会議の誘致に成功した際には、会場の技術担当者が、インターネット接続の有無、会場を分割使用できるか、音響や照明に関する質問など、技術的な質問にその場で的確に答えて、好評を得たそうである。

訪問先担当者との綿密な打ち合わせ

会議施設やホテルなどを何カ所か視察する際には、それぞれの訪問先担当者と事前に打ち合わせを行い、訪問についての趣旨説明を行う。

視察の際、受け入れ側担当者がこういったサイトビジットに不慣れなため、受け入れや質疑応答に際して、視察をする方々の印象を悪くするケースがあるので、事前によく関係者間で打ち合わせをしておく。また、会議の要件にあわせた視察をセットすることも考慮するとよい。

訪問先を工夫する

下見において、会議施設や宿泊施設を見せるだけではポイントにならない。好印象を与えポイントに結びつく見せ場を工夫すべきである。

たとえば、美容関係の国際会議でサイトビジットがあった際、その都市に古くからある美容室に案内し、国際団体の関係者に感激されたという事例もある。こういったきめ細かな工夫が大事である。

別の会議では、安価な宿泊施設がどれだけあるかがポイントの一つであったので、公営の宿泊施設にご案内したところ、高い評価を得ることができた。

(e) プレゼンテーション実施の協力と支援

複数の国・地域が立候補している場合、国際団体の理事会等の場でプレゼンテーションを実施することが多い。コンベンションビューローなどの誘致支援担当者は、プレゼンテーションの内容や映像等に関して、資料の提供や作成に協力するだけでなく、担当者を派遣する場合もある。また、海外の例であるが、コンベンションビューローなどが国内団体に代わってプレゼンテーションを行うこともある。

プレゼンテーションでは、映像機器等を使用して、ビデオ映像やスライドショーなどを用いて立候補した都市、施設、観光名所[※]などを魅力的に紹介する。映像素材を急に用意するのは難しいため、あらかじめ施設や観光用素材を撮影しておいたり、JNTOが持っている素材を活用するなどを検討する。

「日本は物価が高い」というイメージが世界各国に根強いいため、それを打ち消す具体例を挙げて紹介すると効果的である。

開催地決定は、しばしば投票する人たちの感情の流れによって左右される。プレゼンテーションでは、誘致したいという熱意を汲みとってもらえるようアピールすることが大事である。

※ 会議はあくまでも、テーマを話し合うためのものである。あまり観光色を出しすぎると反発を買うおそれもあるので注意する。

Column サイトビジットの攻略法

会場関係者が最も力を注いで準備するのが「サイトビジット」である。決定権者が会場候補地を訪れるので、その瞬間の印象で評価のよしあしが決まるといっても過言ではない。空港に降り立ったところからチェックは始まるといわれるくらいである。ましてや、会議の会場候補であれば、なおさら入念な準備とリハーサルをくりかえすべきである。

その瞬間を「お見合いの第一印象」のようなものと表現する会場担当者もいる。大事な日に、会場も実際の使用計画に合わせてセッティングをするなどの演出をこらして、決定権者の入室の瞬間を待つ。入室の瞬間、会場のスクリーンに自分の名前とともに“Welcome”の文字が飛び込んでくれば、決定権者にも自然と笑顔がこぼれるのである。

(f) 誘致ブース設置の支援

投票権のある理事や開催地選定委員会の委員に対して、協力依頼文書の発送、理事会等での資料提供と誘致ブースでのギブアウェイの提供など、誘致主体（国内主催者等）が行う活動ができる限り支援する。

(g) ジャパンナイト（レセプション）開催の協力

海外での国際会議の場でレセプションを開催し、国際団体の主要なメンバーを招待することもたいへん有効な手段である。現地の日本国大使館や領事館と連携し、「ジャパンナイト」と銘打ってレセプションを行うこともある。日本的な空間を演出することはもちろん、楽しい雰囲気をつくり、日本や立候補都市・地域への好感度を高め、日本への投票に結実させることが狙いである。

コンベンションビューローは、演出など雰囲気づくりの面や、場合によっては費用の面で協力する。最近の例では、外務省の協力を得て、国際会議が開催されている国に駐在する日本国大使にレセプションのホスト役となってもらい、各国のキーパーソンに大使名で招待状を出し、日本開催を働きかけた例もある。

国際会議を主催する団体によっては、倫理規定を設け、飲食の提供や事前に接点を持つことを制限している場合がある。十分な注意が必要である。

誘致ブース

PRブースでは、日本および地域の魅力を伝える写真をあしらったポスターの掲示が有効である。そのほか、各種のパンフレットやマップを用意する。担当者はハッピーを着たり、折り紙等を用意したりして、できる限り多数の参加者にPRブースに立ち寄っていただけるよう工夫する。



第65回世界SF大会でのPRブース



創傷治療学会のトロントでのPRブース

※写真は2点とも横浜観光コンベンション・ビューロー提供

ギブアウェイ

いわゆるお土産、記念品の類である。通常はピンバッジやボールペンなど、比較的安価で、気軽にお土産として持ち帰っていただけるものを用意する。

- ・地域を紹介する英語の地図やパンフレット

(誘致対象会議や開催地によっては、中国語・韓国語・ロシア語のものを用意することも検討する)

- ・グッズ

しおり、うちわ、扇子、ピンバッジ、絵葉書、ポスターなど
手ごろでアピールできるものを多数用意する。



(例) オーストラリアーコアラのぬいぐるみ

(h) ロビーイング活動の支援

ロビーイングとは、誘致主体（国内主催者等）の関係者が、直接海外のキーパーソンに会って、日本へ投票していただくよう働きかけを行うことである。

誘致主体（国内主催者等）が不慣れな場合には、コンベンションビューローやPCO等の誘致支援担当者が代わって行う場合もある。誘致支援担当者が国際会議の視察等に同行した場合、公式な会議等には参加資格がなく、出席が難しくても、パーティなどの社交行事には出席できるケースが多い。そういったケースでは、日本の代表者と一緒にロビーイング活動を行うと非常に効果的である。

Column 朝のロビーイングで勝負！

ある国際医学会の日本への誘致活動でのこと。誘致委員会の全権を担って、代表の先生が海外のリゾートホテルで開催された国際学会の理事会に出席した。

日本への会議の誘致とその後の方向性を決定する場は理事会である。通常であれば、前日の夜にキーパーソンを夕食等に招き、ワインを酌み交わしながら日本への協力などをお願いするところ。しかしながら、各理事との個別交渉が必要であること、また、担当の先生がお酒が苦手ということもあり、究極の作戦が「朝食時を狙う」であった。

理事は全員同じホテルに宿泊しているため、朝食時にレストランで待ち構えていれば、確実に先生方と話ができる。ちょうど時間差もあり、この先生は次々と現れる理事にむけて日本への協力を訴えた。作戦は見事成功。無事に日本での開催が決定した。



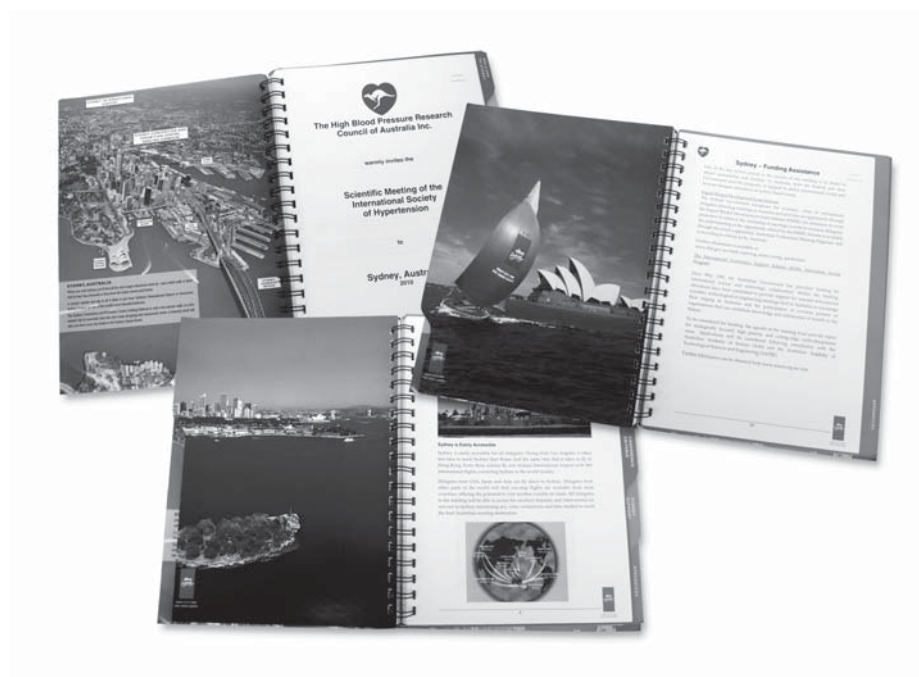
(5) 開催提案書(ビッドペーパー)の作成

国際会議を誘致する場合、その国際団体本部や理事会に対して、開催提案書の提出が求められる。これが、「ビッドペーパー (Bid Paper)」もしくは「プロポーザル (Proposal)」と呼ばれるものである。

内容、体裁を含めて、魅力的な開催提案書を提出しなければ、他国との競争には勝てない。

好印象を与える提案書を作るためには、日頃からさまざまな提案書に目を通し、研究しておくことが重要である。誘致に成功した開催提案書(ビッドペーパー)はどういった内容や表現を盛り込んでいたのか、研究することが大切である。

日本政府観光局(JNTO)が発行する「国際会議誘致マニュアル」があるので、参考にするとよい。



シドニーのコンベンションビューローが国際学術会議誘致のために作成した資料。写真等をふんだんにとりいれ、凝った仕様の冊子としている。

① 開催提案書作成のためのガイドライン

国際団体には通常、国際会議開催立候補者のための「開催提案書ガイドライン」が用意されている。この「ガイドライン」をよく読み、求められる項目について、細大漏らさず、必要十分な内容を文書で説明する形式が一般的である。（「ガイドライン」の例については、資料-6を参照）

誘致主体（国内主催者等）は、ガイドラインに沿って、開催提案書を作成し、期日までに国際団体本部に提出する。

このガイドラインに記載されている要求内容は、きわめて細かく複雑であることが多い。ガイドラインに沿って開催提案書を作成するには、相当な時間と労力が必要である。日頃から多忙を極めている誘致主体（国内主催者等）の関係者がこれに従事するのは、困難なケースが多い。そこで、このような開催提案書を作成した経験のある日本政府観光局（JNTO）、コンベンションビューローやPCOなどの担当者がサポートする。

② 開催提案書の項目と作成

開催提案書の主な項目は、次ページの表3-4のとおりである。項目は、国際会議に応じて異なるので、会議主催団体が出しているガイドラインに掲載されている必要項目とよく照合する必要がある。

ガイドラインで要求される内容は会議によって異なるが、基本書類を作成しておけば、考え方の基本は同じであるので、以前作成したものを土台にして見直し、次回に活かすことができる。

開催提案書の作成にあたっては、誘致主体（国内主催者等）と誘致支援担当者（日本政府観光局（JNTO）、コンベンションビューロー、PCOや旅行会社、ホテルなど）が協力して、各々の専門性を活かして作成することが重要である。また、誘致主体（国内主催者等）からの依頼により、PCOがとりまとめることもある。

〔表3-4 開催提案書の標準項目例〕

| No. | 項 目 |
|--------|---|
| (i) | 招請状 ※ |
| (ii) | 日本で開催する意義やメリット |
| (iii) | プログラム案・日程案 |
| (iv) | 会議場・施設の紹介 ※ |
| (v) | ホテル・宿泊施設の紹介 ※ |
| (vi) | 交通手段(国内外からのアクセス) ※ |
| (vii) | P C O(会議運営専門会社) ※ |
| (viii) | 観光の魅力、エクスカーション、視察プログラムなど ※ |
| (ix) | 予算 |
| (x) | 一般情報 ※ |
| (xi) | その他 特別な提案などがあれば記述する (例)若手研究者受け入れのための優遇措置 開催のための補助金 |

※コンベンションビューローなど誘致支援担当者に協力を求められる項目

資料の作成にあたっては、材料となる会議施設やホテルの写真等を、普段から「ど
ういう写真なら使えるか」を考えて収集していないと、いざ必要というときに使えない。
また、観光名所を紹介する写真についても、誘致資料としてふさわしい写真はすぐに
は手に入らないのが現状である。

〔開催提案書作成のための写真収集のポイント〕

- ▶ 視覚に訴え魅力的に見えるようにする
- ▶ 競合国・都市との差別化を工夫する
- ① プロが撮影した会議開催日程に該当する季節の写真(通年で用意しておく)
- ② 開催地を象徴するもの
- ③ ポスター、パンフレット等到大判で利用した際にも美しいものであること
(画像が粗いものは避ける)

数力国の開催提案書が同一のテーブルに並んだとき、投票権のある理事等の目に
「どのような印象を与えるか」ということが大変重要なポイントである。

国際会議誘致の立候補にあたり、開催を希望する「熱意」や「気持ち」をどれだ
け伝えられるかが誘致成功の鍵を握るといっても過言ではない。

開催提案書作成の工夫－各国の例に学ぶ－

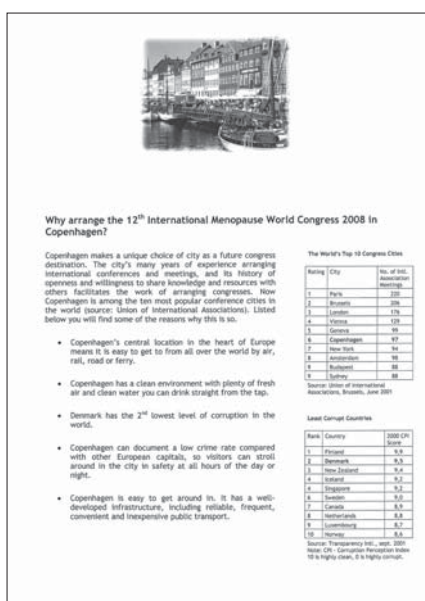
■ オーストラリア・シドニー－スポンサーの存在をアピールー

提案書の冒頭に入る招請状は、通常受け入れ団体・学会の会長や管轄の大臣、自治体の首長のものなどを入れる。この例では、国際会議開催をサポートする企業（医学関係の会議なので製薬会社、オフィシャル・キャリアになる可能性の高い航空会社など）のトップのレターを入れている。



■ デンマーク・コペンハーゲン－視覚に訴えるー

左は地域・国のPRとして、客観的な数字を表の形で示し、優位性をアピールしている。右はデンマークが誇る医薬先端研究地域 (Medicon Valley) を構成する研究所のロゴを並べて、研究分野の層の厚さを示している。



上記ビッド掲載の表 上：世界の会議都市ベスト10
 上記ビッド掲載の表 下：世界で最もクリーンな
 (不正のない) 国ベスト10

医薬関連企業の研究所

③ 開催提案書作成の実際

i) 招請状

次の2種類の招請状がある。通常、1名につき招請状1枚とする。役職が高位の人物からの招請状を用意することが、会議開催の意欲と熱意をより強く伝えることができる。とされている。(首相の招請状を用意する場合もある)

■ 日本国内の誘致主体(国内主催者等)からの招請状

(国内主催団体の会長や準備委員長から日本開催に向けた熱意と自信を表す書簡)

日本国内の主催団体の長からの正式な意思表示のレター。その学会や協会の正式書類としてレターヘッドを使用し、国際会議を日本で開催したい旨を述べる。署名はその団体の長が行う。その国際会議や国際団体で果たしてきた日本の役割や貢献、日本開催の意義や目的等を簡潔かつ明確に記述する。

■ 国、県や市、関連団体による、会議の日本開催を歓迎する招請状

(観光庁、JNTO、自治体、コンベンションビューロー等の長が、誘致主体(国内主催者等)の立候補を支持し、その会議が日本で開催されることを歓迎する書簡)

誘致主体(国内主催者等)による意思表示をサポートし、国や地方自治体として国際会議の開催を歓迎し、あわせて支援することを表明するレター。それぞれの団体の公式書類として、レターヘッドを使用し、署名を行う。

海外では、国家元首や国、州の首相、閣僚からの招請状がよく見られる。従来、日本に国際会議を誘致する場合には、日本政

府観光局(JNTO)理事長名の招請状を出すことが通例であった。最近では、観光庁長官名、さらに必要に応じて所管の大臣名による招請状を出すことができるようになっているので、ぜひ活用したい。(招請状の例は資料-10を参照)

また、立候補地の県や市の首長による招請状も効果的であり、海外の競合国・地域は、必ずといっていいほど提出書類に添付している。

観光庁長官名の招請状



第23回世界神経学会議の日本への誘致に際して、観光庁長官名で出された招請状(資料-10に再掲)

この招請状は、「国を挙げて、地域を挙げて、国際会議を歓迎します」という意思表示である。会議誘致にあたり、これがないと勝負にならない必須条件である。日本政府観光局(JNTO)理事長、所管省庁の大臣や観光庁長官名での招請状については、日本政府観光局(JNTO)コンベンション誘致部へ相談するとよい。

ii) 日本で開催する意義やメリット

「日本開催がその国際団体に対してどのようなメリットをもたらすか」という項目については、十分考慮した上で記述することが望ましい。日本からの参加者や国際会議に対する過去の貢献度について、具体的にアピールする。

(記述例)

■ 日本の貢献度のアピール・将来への展望

日本の業績、学術レベル、技術力、関心の高さ、期待される参加者数を示す。日本で開催することにより、日本やアジア・オセアニア諸国のメンバーに大きな影響を与えることができ、将来、より大きな発展が期待できることを謳う。

■ 地理的なメリット

日本開催の意義、開催都市の強み・魅力を簡潔に、分かりやすく説明する。過去に、日本で開催されたか、アジア・オセアニア地域で開催されたかどうか大きなポイントである。開催地域が持ち回りである場合、過去の開催地域の分析を十分に行うことが鍵である。

■ 会議と開催地との関係性(歴史的、学術的、文化的背景等)

なぜこの地で開催する(したい)のかを明確にする。会議と開催地の間に何らかの関係性を見出せる場合には、その関係性や理由をよく説明し、効果的に伝わるように記述する。

(例)

| | | |
|---|---|--|
| <p>歴史的背景</p> <p>「〇×発祥の地」 「遷都●●●年」等</p> | <p>学術的背景</p> <p>地域の大学 研究機関のテーマ</p> | <p>文化的背景</p> <p>著名人の出身地 伝統工芸、伝承芸能</p> |
|---|---|--|

■ 参加者動員のメリット

学術会議の場合、その国際会議の受け入れ先となる日本の国内学会の会員数が非常に多いことを謳い、多くの日本人の参加者が見込めることをアピールする。

さらに、場合によっては近隣のアジア諸国からも多くの参加者を見込むことができることをアピールする。

iii) プログラム案・日程案

会議の具体的なプログラム・日程案を例示し、具体的な開催イメージを示す。

国際学術会議の場合、プログラムの構成要素は学術プログラムと社交行事プログラムに大別される。プログラムの構成要素について、国際団体に規定がある場合はそれに従う。ない場合には、過去の会議プログラムを参考にして作成する。会議のテーマ、内容、講演者等、できるだけ具体的な内容を盛り込み、魅力的な提案を行う。

iv) 会議場・施設の紹介

国際会議の予定会場(会議場やホテル等)を具体的に紹介する。会場の平面図に、その部屋の使用目的や収容人数等を書き込んだ会場使用計画、フロアプランを示すと、イメージを伝えやすい。

前例がなく、はじめて開催される会議を誘致する場合は、同規模の会議が開催された事例を参照し、その情報を提示する。

会場の関係者と相談し、写真や図面を使う等、できるだけ具体的かつ視覚に訴えるように紹介する。会議場やホテルと連携を取りつつ、よい提案をしていくことが重要である。

あらかじめ、会議場・施設の英文紹介資料を入手、もしくは作成しておくと便利である。(具体的な手続きに必要な資料として、資料-9に会議場の規約と申込書の英文サンプルを掲載している)

また、開催年における会場使用料の設定について基本的な考え方を示し、契約条件を明示することも必要である。

その他のポイント

- ・ 同時通訳設備の有無
- ・ ネットワーク、情報通信システムが整備されている
- ・ 分科会会場を必要数確保できる

- ・可動式パーティションにより、会場設営に柔軟性がある
- ・会議会場と展示会場が近接している
- ・ロビーやラウンジが広く、受付やコーヒーブレイクをやりやすい
- ・ケータリングサービス機能がある
- ・参加者向けサービス施設が充実している(ビジネスセンター、コーヒESHOP等)
- ・アクセスの便がよい
- ・主催者をサポートする体制が整備されている
- ・環境への配慮(省エネ、CO₂排出抑制など)

v) ホテル・宿泊施設の紹介

国際会議の規模に見合った宿泊収容能力が十分にあることを記述する。会議場近辺、もしくは会議が開催される都市や地域のホテル数、宿泊料金、室数(もしくはベッド数)、会議場までのアクセス等をリストアップし、わかりやすく提示する。

宿泊ホテルの収容規模と価格帯を示すとともに、近隣ホテルを宿泊料金別に分類して提案する。

国際会議誘致に絡み、宿泊料金の割引があるかどうかは大きなポイントである。ホテルと交渉して、「コンベンション価格」を提示するなど、魅力ある条件提示を行った方がよい。

これらのホテルの飲食施設(レストランやコーヒESHOP)についても、記述が必要である。

地元のホテルや宿泊施設に関する情報は、コンベンションビューローにとっては基本情報であり、必要があればすぐに提供できるよう、日頃から整備しておくことが重要である。

その他のポイント

- ・宗教的な制限あるいはベジタリアンに対応した食事のメニュー
- ・禁煙フロア、禁煙ルーム
- ・24時間対応のコンシェルジュ
- ・ビジネスセンター(インターネット環境)
- ・低価格帯のホテル・宿泊施設(海外のドミトリー等に対応するもの)

vi) 交通手段(国内外からのアクセス)

海外からのアクセス、国内からのアクセスともにわかりやすく簡潔に説明する。情報を図式化して、見やすいものを提供する。その際、所要時間や費用、便数、直行使の有無等も紹介すると便利である。

現在、多くの地方都市で、海外からのゲートウェイ空港は成田空港である。成田到着後、リムジンバス等で羽田空港に移動し、羽田から国内便のフライトでその都市へ移動する。もしくは、東京駅まで移動し、新幹線などで移動することとなる。これら交通機関の所要時間・料金は掲載すべき情報である。

vii) PCO(会議運営専門会社)

会議の規模や内容によるが、熟練したPCOのサポートを得られることを開催提案書に記載するケースがある。経験のあるPCOは会議の特性や参加者の特徴をよくつかみ、会議主催者に対し適切な助言・アドバイスを行うことができる。また、誘致決定後、開催にかかる煩雑な事務局業務や発表用抄録受付業務、参加登録の受付業務等も行っている。

参加者が1,000名を超えるような規模になると、専門のPCOが運営チームに入っていることを開催提案書に表記することが条件となる場合もある。

viii) 観光の魅力、エクスカーション、視察プログラムなど

参加者がとくに興味を持つような訪問先やプログラムを写真入りで紹介する。地域の歴史的建造物や日本庭園等、日本独自の文化や歴史、自然についても触れておくと効果がある。

地域が最もアピールできるものを提示する。「ユニーク」な文化をどれだけアピールできるかが誘致のポイントとなる。

ix) 予算

会議の予算は誘致主体(国内主催者等)が作成するが、依頼により、PCOがとりまとめを行うこともある。誘致主体(国内主催者等)から求められた場合、誘致支援担当者は、会場費やパーティ、エクスカーション費用等の基礎資料を提供する。基本的な予算項目については、資料-10に記載しているので参考にしてほしい。

国際会議開催にあたって資金面のサポート(助成金など)がある場合は、その情報を提供する。また、市内交通費無料チケットや会議施設・宿泊施設の割引制度など、誘致にあたり効果が大きいサポートがあれば、必ず紹介する。

x) 一般情報

日本入国に際し査証が必要な場合の情報、天候や気候・温度に関する情報、その他日本へ旅行する際に必要な一般情報を記述する。

xi) その他

当該会議の日本開催に際し、特別な提案を用意している場合に記述する。場合によっては、「その他」ではなく、適宜目立つ箇所に記述し、アピールすべきである。

[誘致支援担当者からの提案例]

・日本の安全性、治安の良さ

日本の国際会議開催地としての魅力の一つは、「安全性、治安の良さ」であるので、項目の一つとして紹介したい。

・日本食の魅力

世界では「日本食はたいへん健康に良く、おいしい」というイメージがある。地域の名産品や特産品とあわせて、提案書のなかで触れるとよい。

⑤ 開催提案書の活用

開催提案書を国際本部へ提出したらそれで終わりではない。次にどのようなアクション、行動をとるかを誘致主体(国内主催者等)の方々とよく相談する。

たとえば、抜粋版を作成して、日本開催への支援を依頼するレターとともに、世界各国の関係者へ発送するということが考えられる。また、開催提案書の主な内容をパワーポイントにまとめ、さまざまな場面で活用することもできる。

なお、作成した開催提案書のフォーマットは保管し、ぜひ次の機会に活かせるようにしておくとうい。

(6) 誘致における官と民の協力体制

① 役割とネットワーク

誘致対象の国際会議が大規模であればあるほど、その誘致支援業務は多岐にわたる。そこには、「国や自治体の支援を必要とするもの」、「民の得意とするもの」があり、「官」と「民」の協力・連携が不可欠である。

主な誘致支援機関・団体とその役割を、表3-5に示した。

[表3-5 主な誘致支援機関・団体とその役割]

| | 誘致支援機関 | 誘致支援における役割（例） |
|---|----------------------------|---|
| 官 | (a) 国・日本政府観光局（JNTO） | 関係省庁・自治体・主催者との調整 国際会議の情報収集 誘致支援のための各種資料の提供（所管大臣レター発出） 誘致支援プログラムの実施 |
| | (b) 地方自治体 | 誘致支援のための各種資料の提供 公的施設の利用制限緩和、許可 地元経済界への協力依頼 開催経費の補助、助成 |
| | (c) コンベンションビューロー 観光協会 | 誘致主体（国内主催者等）のパートナー 誘致支援のための各種資料の制作・提供 地域の観光資料制作・提供 視察時の受け入れ・観光施設等との調整 運営全般における協力体制の整備 |
| | (d) 会議場（施設） | 予約の調整 会場使用計画の提案 視察時の受け入れ |
| 民 | (e) 地元経済界 （商工会議所、業界団体等） | 資金面での支援 歓迎事業の展開 プロモーションでの地元特産品提供 |
| | (f) PCO （会議運営専門会社） | 国際会議の情報収集、誘致コンサルティング全般 プロモーション資料の制作 誘致ブースの制作・現地での運営 |
| | (g) ホテル | 長期にわたる予約の押さえ コンベンション価格の策定 繁忙期の会場使用協力 |

国際会議開催誘致の立候補の前段階として、日本政府観光局(JNTO)やコンベンションビューローは国内の誘致主体(国内主催者等)との調整を必要に応じて行う。立候補にあたっては、会議施設・宿泊施設の確保、開催に必要とされるさまざまな条件の確認、前回・前々回大会の関連情報の収集、開催提案書(ビッドペーパー)の作成などが求められる。これらの多岐にわたる事項を推進していくために、各誘致支援機関・団体の強みを最大限に活かし、効果的に役割を果たすためのネットワークづくりが必要である。

② 具体的な協力体制の整備

誘致にあたっては、誘致主体(国内主催者等)だけでなく、国および地方自治体を挙げて、日本、そしてその都市・地域への誘致を歓迎する姿勢をアピールすることがたいへん重要である。それには、国、自治体、コンベンションビューロー、会議場、PCO、ホテル、旅行会社等関係者が一体となって誘致支援体制を組み、総力を挙げて誘致活動を展開しなければならない。

誘致活動を効果的に行うためには、国や日本政府観光局(JNTO)、会議場やホテル、PCOなどの関係者間の連携はとても重要である。普段から情報交換や相談など、意思疎通のパイプを構築しておくことよい。こうしたパイプを作っておくことにより、以下のようなことが可能となる。

- ・日本政府観光局(JNTO)のネットワークを通じた海外情報の収集
- ・国もしくは日本政府観光局(JNTO)のサイトビジットプログラムの活用
- ・誘致プレゼンテーションなどへの協力
- ・誘致活動時の海外でのプロモーション活動への協力
- ・所管の大臣名、もしくは観光庁長官名による招請状の発行

国際会議を日本に誘致することは、国際競争に勝って誘致するということである。そのためには、想像力を働かせて有効な誘致活動を展開しなければならない。国や日本政府観光局(JNTO)に積極的に相談するようにしたい。

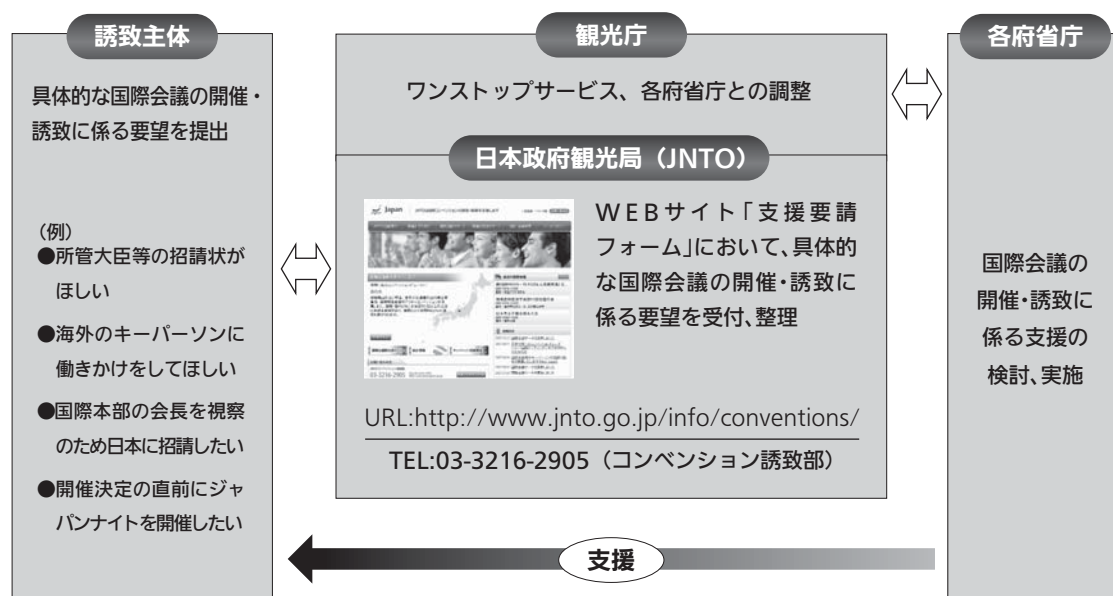
(a) 国・日本政府観光局（JNTO）

国は、国際会議の誘致・開催を国家戦略として位置づけ、具体的な目標を定めるとともに、必要な施策をとりまとめ推進する。

目標：国際会議の開催件数を2016年までに2010年比で5割以上増やす。

日本政府観光局（JNTO）は、国の業務実施の支援、自治体・国内受け入れ団体に対する支援等を行う。あわせて情報収集・相談、関係省庁への調整、交付金制度の活用、各種支援の手続き等の窓口となることが多い。誘致主体（国内主催者等）は、積極的に活用して支援を受けるとよい。（「資料-11 日本政府観光局（JNTO）の誘致活動サポート」を参照）

〔図3-6 国・日本政府観光局（JNTO）の国際会議誘致支援の流れ〕



(b) 地方自治体

国際会議の誘致にあたって、地元の総意として「歓迎の意」を表すためにも地域の協力は欠かせない。

その中心となるのが地方自治体である。政府系会議や大型の会議誘致の際には、「実行委員会」を発足させ、地域全体で取り組む場合も多く、地方自治体は、関連イベントの実施・環境整備・ボランティアの募集等の中心的存在となる。

また、公共施設の使用条件の緩和にも、自治体のリーダーシップが欠かせない。

(c) コンベンションビューロー、観光協会

平成6年(1994年)に制定されたコンベンション法(正式名称:国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律)によって認定された国際会議観光都市(2009年1月現在、51都市)を中心に、コンベンション推進機関(以下、コンベンションビューローと表記)が設置されている。

コンベンションビューローは、非営利機関で誘致支援活動の中心となる重要な存在である。

(コンベンション法については、資料-1、国内のコンベンションビューローについては、資料-14-1を参照)

誘致主体(国内主催者等)は、会議の内容に関わる部分については、人脈もあり、さまざまな情報を持っているが、会議運営を支える「ロジスティックス(ロジ)」については情報を持っていないことが多い。

誘致主体(国内主催者等)が不慣れなこの「ロジ」部分の調整・資料入手をコンベンションビューロー等が全面的にサポートすることにより、誘致支援において大きな役割を果たすことができる。

国際会議の誘致にあたって、

◆主催者である国際団体本部として、どのような資料が必要か

◆国内外のコンベンションビューローはどのような資料を提供しているのか

についての情報収集・分析を行い、地域の特性を活かした資料提供を適宜に行うことが求められる。

(d) 会議場(施設)

日本では、国際会議が可能な会議場の大半は、国または地方自治体による「公の施設」である。(一部で第3セクターや指定管理者による民間管理が行われている)

国際会議の誘致は開催時期の数年前から行われ、通常ではなかなか会場予約が難しい場合がある。会議場(施設)には、こういった場合の早期の予約受け入れ、会場確保への協力が期待される。

会議場にとっての国際会議誘致メリット(例)

◆稼働率アップ = 収入増

全館使用の会期3~4日間の会議を1件誘致 → 稼働率1%アップ

◆会議場の知名度アップ

会議の誘致資料・ポスター・ウェブサイト等に、会議場の写真・URL等が掲載される。

◆職員のレベルアップ

さまざまな国際会議主催者の要望に対応することで、会議場運営の経験の幅が広がる。

美術館・博物館等の公共施設

とくに趣向をこらした演出を求める国際会議やそのレセプションでよく使われるのが、城郭・美術館・博物館等である。海外では、エジンバラ城(スコットランド)やFalaknuma Palace(ハイデラバード)を利用した例もある。

日本では、海外に比べ、文化遺産保護、消防法の規制等の理由から、利用できるケースは少ないが、地域の文化資産のPRともなるので、自治体の積極的な協力が求められる。

◆九州・沖縄サミット 福岡蔵相会合の例

福岡市博物館の展示室内に会場を特別に設営し、本会合、ワーキングランチ等を実施。

終了後には、本会合の設営そのままの会場を市民に公開し、好評を得た。



◆第21回国際高血圧学会学術会議の例

九州国立博物館のロビーに舞台と着席のディナー会場を設営し、会長招宴を行った。開宴に先立ち、参加者には博物館展示を見ていただき、たいへん好評であった。



◆第13回国際老年精神医学会総会の例

大阪・中之島にある国立国際美術館でガラ・パーティを開催した。

階段をステージに見立てて、子供達のバイオリン演奏、また、ロビーに書道コーナーや利き酒コーナーを特設した。美術館の通常展示が終了した後、参加者向けに特別に展示をオープンしたことも好評であった。



(e) 地元経済界（商工会議所、業界団体等）

国際会議開催には、資金面で協賛等の支援が欠かせない。この支援の中心となるのが地元経済界である。また、歓迎行事を開催し、地元の歓迎機運を盛り上げ、誘致を後押しすることも期待される。

地元経済界にとっての国際会議誘致メリット（例）

- ◆ 国際会議の経済効果が大きく、波及効果も幅広い
- ◆ 記念品・イベント等での地場産業・地元名産品のアピールが可能
- ◆ 観光地、文化資産等のPRで、会議終了後の観光客増を見込める

サミットブランド

国際会議の“頂点”であるG8主要国首脳会議（サミット）は、会議の重要性や出席者のグレードが高い等の理由から、プレスへの取り扱いもきわめて大きなものとなる。

主催者（日本国）もプレス効果を意識し、プレス向けに地場産業・地元の名産品等を積極的に取り上げる傾向がある。

◆北海道洞爺湖サミット…旭川の木工

今回のテーマである「環境」のシンボルとして、各国首脳が着席する円卓と椅子が世界の話題となった。この円卓と椅子は、地元旭川の地場産業の技術を使って、塗料と釘を使わず、無垢の素材を活かし白木の組み込みで作られたものである。

◆九州・沖縄サミット…紅型染め・伊万里焼

九州・沖縄サミットの首脳会合（沖縄）のコンgresバッグには沖縄名産の紅型染めが、財務大臣会合（福岡）の夕食会では伊万里焼の洋食器が使用され、参加者の目を楽しませた。

(f) PCO（会議運営専門会社）

民間主催の会議や学術会議等の場合、誘致の初期段階から誘致主体（国内主催者等）がPCOにコンサルティングや資料作成等を依頼するケースが多い。時には、開催の数年前から海外での誘致活動にPCOを帯同することも少なくない。また、開催地として立候補する際には、PCOが決定していることが条件になる場合もある。

複雑な要素がからみあう昨今の国際会議誘致にあたっては、海外のPCOとのネットワークが有効な場合も多く、誘致や運営経験が豊富なPCOを活用し、主催者・関係者との連携を強化するとともに効率的な誘致活動を進めることが必要となる場合もある。

PCO (Professional Congress Organizer)

コンベンション等をトータルに組織・企画・運営する専門会社。国際会議の円滑な運営には欠かせない役割を果たす。東京・大阪・京都・名古屋・福岡・札幌等主要都市に事業所を展開しているところもあると同時に、地場の事業者もある。

(g) ホテル

国際会議は、開催直前まで参加者数・スケジュール等が確定しないことが多い。そのため、

◆ハイシーズンに大量の仮押さえが入る

◆会議の内容や参加者のレベルによっては、会期の前後も含めた長期にわたる仮押さえが入る

等、経営面ではたいへん厳しい場合もあるが、中長期的なメリットや報道による知名度アップを考慮した判断が求められる。

「学」との協同

「官」「民」の2極に分けられない「学」（大学・研究機関等）が国際会議の誘致には重要な役割を持つ。国際学術会議では、「学」は誘致主体であり、組織委員会の中心となる。

大学・研究機関の有力教授・研究者の中には、国際会議に頻繁に出席したり、学術会議の主催者として誘致経験がある人も少なくない。

誘致支援機関・団体は、世界各地の会議施設の情報、会議運営の進め方、地域のもてなし等の情報や主催者としての地域への要望をヒアリングし、誘致支援策の策定に役立てることを積極的に進めるとよい。

③ 積極的な誘致活動・支援活動の展開

国際会議の誘致活動は、開催年の2～3大会前から始まることが多い。いざ具体的に国際会議を誘致しようとなった時に資料提供・支援内容の決定のための時間がない場合も多く、日頃から誘致支援のための組織や体制を整えておくことが大切である。都市・地域のコンベンションビューロー等が推進役、とりまとめ役となって、産学官の各関連分野で幅広く関係者の参画を得ることが望ましい。

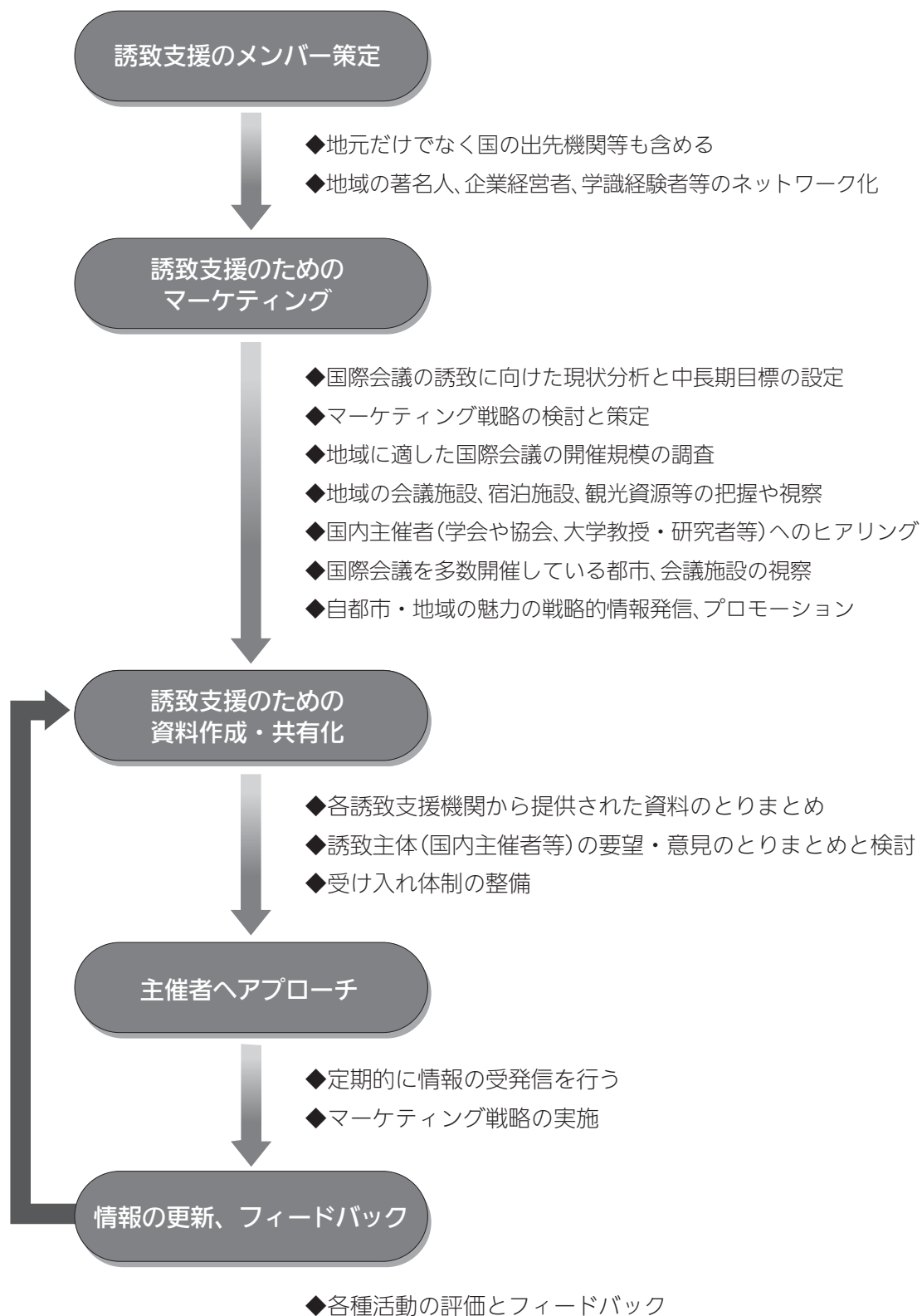
大型国際会議などの具体的な案件が発生した時に、「〇〇〇会議誘致委員会」のような組織を作り、誘致を支援する場合がある。国内の誘致主体である団体や学会が中心となって誘致委員会を作り、そこに日本政府観光局(JNTO)や地域のコンベンションビューローの代表が加わる。このような場合、コンベンションビューローに対しては、会議場やホテルと連携して会場予約や宿泊施設を早期に確保することが期待されるケースが多い。

国際会議の誘致にあたっては、これまで述べてきたようなさまざまな準備、活動のフローがある。開催地決定までのプロセスで、誘致活動の当初から最終段階に至るまで最も重要なポイントとなるのが、誘致活動・支援活動に関わる関係者間の連携である。

開催地決定にあたっては、それぞれの国際会議に固有の重視するポイントがある。しかしながら、最終的には、誘致活動を行う関係者の連携と結束が決め手となって、さまざまな課題を克服できるケースが多い。課題や弱点のない国、都市・地域はなく、その克服には官や民の区別はなく、誘致関係者の連携が最も大切である。

なお、誘致に成功することがなにより重要であるが、たとえ残念な結果に終わったとしても、誘致活動を行ったという実績が次の機会には必ずプラスとなる。誘致活動を行う機会があれば、失敗を恐れず積極的に行うことが求められる。

[図3-7 誘致支援に向けた組織づくりと活動フロー]



第4ステップ〈2〉 日本開催が決定している場合の誘致活動

国際会議には、日本での開催がすでに決定しており、国内での開催地を決めるために各都市・地域が誘致活動を行うケースもある。

この場合には、開催地を決定する権限は日本の誘致主体（国内主催者等）にあることがほとんどである。この誘致主体が中心となって国際会議の準備と運営を行うことになるため、開催地を決める権限も持っているわけである。

このような場合の誘致活動は、これら国内の意思決定権者に直接、営業活動や情報提供活動を行うこととなる。海外と競合する場合と同じく、以下の手順を踏むこととなる。

1. 開催地決定のメカニズムを知る。

（決定のプロセス—いつ、どこで、誰が、どのように決めるのか、あるいは決まるのか）

2. 自都市・地域の「強み」と「弱み」を把握し、競合する都市・地域と比較・分析を行う。

3. 会議主催者の意向を把握し、何をアピールするのかを検討する。

4. 開催提案書など必要な資料を作成する。国内での競合であれば日本語で作成する。

盛り込むべき内容については、海外と競合する場合と同じく、慎重に検討する必要がある。

これらの活動を通して、自都市・地域がその国際会議開催にふさわしい都市であることを示す。プレゼンテーションを行うことはまれで、誘致ブースやレセプションを開催することはほとんどない。

●具体的に示すべき情報(例)

- ・ 会議の開催施設、宿泊施設の数量などが当該国際会議の規模にあっている。
- ・ 地元自治体などによる支援プログラムが充実している。
- ・ 会議のキーパーソンが地域にいる。
- ・ 国際会議のテーマや内容などがその土地と何らかの「縁」（ゆかり）がある。

最終的には、関係者の誘致に向けた熱意や粘り強い営業活動が決め手となることが多い。「当地でぜひ開催してほしい」、「必ず成功させる」という思いを言葉にして、会議主催者、決定権を持つ相手に伝えることが重要である。

第5ステップ 誘致活動の評価

目的としていた国際会議の開催地が決定して誘致活動が終了した後、誘致活動としての最終評価を行うことが大切である。

誘致に成功した場合は、誘致主体（国内主催者等）と連携して、会議開催時に会議参加者への調査用紙を配布する等、参加者による客観的な評価も加味した最終評価を行うようにしたい。

一方、誘致に失敗した場合には、なぜ競合する他地域に決定したのかを分析し、地域に欠けていた要素などを見直し、次回の誘致活動の際に活かすようにしたい。

誘致に成功した場合と失敗した場合に分けて、評価のポイントと今後の活用について、以下の表に整理する。

〔表3-6 誘致活動の評価〕

| | 評価のポイント | 今後の誘致活動への活用 |
|-----------|--|--|
| 誘致に成功した場合 | <ul style="list-style-type: none">・ 誘致自体の成功・ 誘致活動の総括・ 勝因分析 | <ul style="list-style-type: none">・ 同じ主催者による関連会議の誘致・ 誘致成功のポイントを整理・ 誘致組織の結束を強化・ 会議主催者ニーズの把握・ 広報紙等での広報PR |
| 誘致に失敗した場合 | <ul style="list-style-type: none">・ 誘致活動の総括・ 開催決定都市・地域との要素比較・ 敗因分析 | <ul style="list-style-type: none">・ 誘致失敗のポイントを整理・ 次回誘致のための結束確認・ 地域の弱点を克服する努力 |

(1) 誘致に成功した場合

誘致のための臨時組織を解散する前に、関係者間で集まって総括の会合を行うことはきわめて重要である。今回の誘致に関して協力を要請した関係者に今後も協力を求めること、また、今回はうまく協力を得られなかった組織に対しても、次につながるメッセージを伝えることは、より強固な誘致組織を作っていくうえで大切である。

また、会議誘致が成功したことを自治体の広報紙等へ掲載することによって、会議開催をPRすると同時に、国際会議誘致への取り組みを市民に広報することができる。

誘致に成功した場合は、誘致組織や協力団体・組織との間で、終了までの間も十分な情報共有を行うことが重要である。

会議自体を成功に導くことが何より大切なポイントであるが、会議開催時に参加者の声をアンケート等の形で集めて分析し、国際会議の開催地にどのような要望があるかを具体的に把握することが、次の誘致につながる。

【成功事例(1)】

国際MICE見本市への出展と県内MICE関係者一丸でのアピール

「第99回国際キワニス年次総会の成功例」

国際キワニスは、国際ロータリー、国際ライオンズクラブに並ぶ、世界三大社会奉仕団体の一つとして、世界の80ヶ国以上で約7,500のクラブ(会員約22万人、青少年等からなるキワニス・ファミリー団体を含めると60万人)で構成される。2014年7月に幕張メッセ(千葉市)で開催される第99回国際キワニス年次総会は、国際MICE見本市への出展と県内MICE関係者が一丸となったアピールにより誘致に成功した。

2012年10月にラスベガスで開催された「IMEX America2012」にて、(公財)ちば国際コンベンションビューローが国際キワニス本部コンベンション部長と商談したことをきっかけに、日本政府観光局(JNTO)、千葉県、千葉市、幕張メッセ等の協力を得ながら、継続的に誘致活動を行った。2013年1月には視察団を受入れ、千葉市長もみずから千葉の魅力を訴えた。その後視察団が提出した視察報告書をもとに国際理事会で検討の結果、1月28日に内定を受けた。

誘致成功の主要因には、

- (1) 国際見本市に出展、米国の国際本部と直接交渉を進めたこと
- (2) 成田・羽田の両空港と、東京への至便さのアピール
- (3) 地域一丸となったきめ細かな支援と熱意

などの点があげられる。

【成功事例（2）】

「音楽と楽器の街」浜松市一丸となった支援体制をアピール

第20回アジア・太平洋吹奏楽指導者協会日本大会（2018年度）

2年ごとにアジア各国で開催される本大会が、アジアの吹奏楽活動の中心的存在である日本での開催が期待されているとの情報を日本政府観光局（J N T O）より入手。当市は1994年に第8回大会を開催した実績があり、早速浜松観光コンベンションビューローと当時同大会の取扱経験がある浜松市文化振興財団が連携して日本吹奏楽指導者協会名誉会長である秋山紀夫氏と面談。秋山先生は浜松市において毎年開催される全日本高等学校選抜吹奏楽大会の顧問や浜松市音楽文化名誉顧問としても就任しておられたこともあり、浜松市は「音楽・楽器の街」として世界的な楽器メーカーが存在し音楽ホール等の開催施設も充実、また吹奏楽ファンも多く開催地として有力であるとのことをお話をいただいた。

ただちに浜松市の関係部局（企画課・国際課・文化政策課・観光交流課）が調整を行い、浜松市長の了解を得て立候補するに至った。

浜松市は、古くから「ものづくりのまち」として、楽器、オートバイ、繊維、光技術などの分野で世界的に活躍する多くの人材や企業を生み出している。とくに、ヤマハ、カワイ、ローランドなどの本社があり、楽器産業の集積を活かし、「音楽のまちづくり」に取り組み、現在は「“音楽の都”に向けた挑戦」を推進している。また、3年に1度開催している「浜松国際ピアノコンクール」「静岡国際オペラコンクール」や2014年には「浜松世界青少年音楽祭」を開催するなど、世界に貢献する都市として実績を積み重ねている。

さらには、ものづくり産業や音楽文化での蓄積を活かし、ユネスコ（国連教育科学文化機関）創造都市ネットワークの音楽分野での加盟を申請し、「音楽の都」に向けて、さらなる発展を目指している。

こうして、推進体制の構築や財政的負担など、浜松市長の迅速な決断のもと、浜松市一丸となって誘致に動き、浜松市での開催の優位性をアピールすることで、アジア・太平洋吹奏楽指導者協会の理事会での開催決定につながった。

【成功事例（3）】

広く、深く、細やかな誘致活動が成功のカギを握る

第23回世界神経学会議 2017年9月16日－21日

1981年に京都で開催された第12回世界神経学会議は36年後に再び京都へもどってくることになった。当時と異なることといえば、1) 開催ローテーションが2年に一度世界4地域を順番に回ること 2) 参加者数が7,000名規模のメガ会議になったこと 3) 本部主導型がますます強固になったことと言える。開催都市決定は会員国である112カ国が一票を投じ、フェアに決定されるのだが、票を獲得するための水面下での誘致活動こそ勝敗のカギを握る。とくに日本（京都）はすでに本国際会議の開催経験があり、対立候補地であるソウル、香港にとっては最大の強みとなりうる。それを払拭するために日本神経学会招致委員会は「なぜ日本で開催したいのか」という目的意識を関係者ひとりひとりが理解・共有したうえで、112カ国の票読みを地道に試みた。もちろん立候補都市京都の魅力を最大限にアピールするリーフレットやプロモーションビデオの作成、投票日の前日にJapan Night をウイーンで開催、京都の舞妓さんが最員の客にのみ渡す団扇の作成など、細やかな心配りは当然のことだ。112名の投票者をリストアップし、各々の研究・専門分野を調査。その情報に沿って、日本国内の学会員との人脈図を作る。その人脈図に従って一番親しい人から当人へ京都へ一票をお願いする。このロビーイングは9月21日の投票日直前まで行われた。票読みこそ投票で決まる開催地決定には欠かせない。また2020年オリンピック・パラリンピック開催決定に沸いた直後、安倍首相からのInvitation letter 発行は誘致活動の最終コーナーに拍車をかけたと思う。

なお15分のプレゼンテーションの骨子は以下のとおりである。

- 1) 東日本大震災に対し、各国からの援助のお礼
- 2) 日本神経学会の歴史、アジアの神経学発展への貢献の実績
- 3) 日本がなぜWCN2017を開催したのか ①超高齢社会、環境問題、災害医療など日本の経験を世界と共有する ②日本だけではなくアジアオセアニア全体で開催する会議とする ③iPS細胞をはじめ日本が先導する革新的先端技術による神経学の新たな展開を伝える
- 4) 日本および京都の魅力をスライド、ビデオで紹介

(2) 誘致に失敗した場合

残念ながら誘致に失敗したケースでは、誘致活動に関する十分な評価が行われず、その場限りになってしまう例が少なくない。しかし、中長期的な目標を持った誘致戦略を策定しているのであれば、次回の誘致に活かすうえでも失敗したケースの反省や教訓は大切に、積極的に誘致活動を続けたい。

競合都市と比べて欠けていた機能(要素)は何か、もともと策定していた誘致戦略を改めて見直す必要はないか、といった観点から最終評価をきちんと行うことが、次回以降の誘致活動に活かされることになる。敗因の中で、改良できるものは中長期計画に組み込む。

また、今後の誘致活動において、誘致組織や関係者間にて、次の目標を明確にし、都市あるいは地域としての弱点の克服、強みの一層の強化に取り組むことが求められる。誘致活動のもと、一体となった組織がさらに維持・強化されるよう、関係者による不断の努力が欠かせない。

